

# 协同治理视角下电商直播行业舆情治理的困境与对策研究

## ——基于区块链技术的系统架构

蒋沁佑

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年9月18日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年11月7日

### 摘要

数字化时代, 电商直播的快速发展丰富了人们的生活, 但也带来了舆情治理的挑战, 提升电商直播舆情治理效率对推动国家治理体系和能力现代化至关重要。区块链技术凭借其可追溯性、去中心化和数据不可篡改性, 在信息共享和平台优化方面展现出巨大潜力。因此, 本研究探讨了区块链技术在电商直播舆情治理中的应用。研究发现, 当前电商直播舆情治理面临三大主要困境: 一是舆论环境复杂多变, 难以有效监控; 二是法律和制度支持不足, 影响多元主体协同治理的效能; 三是平台技术能力有限, 数据共享困难。为此, 本研究基于协同治理理论, 提出了双链混合(公有链和联盟链)加星际文件系统的技术架构, 并辅以配套的制度措施, 旨在通过区块链技术促进多主体协同, 实现从源头到终端的全链条舆情治理。本研究扩展了协同治理视角下电商直播舆情治理的新思路, 也为区块链技术在电商平台发展中的广泛应用开辟了新路径。

### 关键词

协同治理, 电商直播, 舆情治理, 区块链

# Research on the Dilemma and Countermeasures of Public Opinion Governance in the E-Commerce Live Broadcast Industry from the Perspective of Collaborative Governance

## —System Architecture Based on Blockchain Technology

Qinyou Jiang

## Abstract

In the digital age, the rapid development of e-commerce live streaming has enriched people's lives, but it has also brought challenges to public opinion governance. Improving the efficiency of public opinion governance of e-commerce live streaming is crucial to promoting the modernization of the national governance system and capabilities. Blockchain technology, with its traceability, decentralization and data immutability, has shown great potential in information sharing and platform optimization. Therefore, this study explores the application of blockchain technology in the governance of public opinion in e-commerce live streaming. The study found that the current governance of public opinion in e-commerce live streaming faces three major difficulties: first, the public opinion environment is complex and changeable, making it difficult to effectively monitor; second, insufficient legal and institutional support affects the effectiveness of collaborative governance of multiple subjects; third, the platform's technical capabilities are limited and data sharing is difficult. To this end, based on the theory of collaborative governance, this study proposes a technical architecture of dual-chain hybrid (public chain and alliance chain) plus interstellar file system, supplemented by supporting institutional measures, aiming to promote multi-subject collaboration through blockchain technology and achieve full-chain public opinion governance from source to terminal. This study expands new ideas for public opinion governance of e-commerce live streaming from the perspective of collaborative governance, and also opens up new paths for the widespread application of blockchain technology in the development of e-commerce platforms.

## Keywords

Collaborative Governance, E-Commerce Live Streaming, Public Opinion Governance, Blockchain

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2016年,随着国内主要购物平台如淘宝、京东等上线直播功能后,“直播+电商”的营销模式快速发展,《2023年中国电商直播市场数据报告》显示电商直播年度交易规模为4.9万亿元,同比增长率高达40.48%。作为一种新兴商业模式,电商直播正迅速重塑着中国消费市场格局,成为驱动经济增长的新引擎。然而,随着电商直播市场的持续繁荣与竞争的日益激烈,一系列复杂多变的舆情问题逐渐浮出水面,这不仅显现了电商直播行业的乱象,也折射出电商直播中信息透明度不足、消费者权益保护缺失、市场秩序亟待规范等深层次问题。与此同时,消费者对直播带货的信任危机逐渐显现,消费投诉激增,消费主义文化在某些情境下的过度宣扬引发了广泛的社会讨论与批判。在此背景下,如何构建一个健康、有序、可持续的电商直播舆论环境,实现电商直播的长效发展,成为社会各界共同关注的焦点。

电商直播行业的舆情治理不仅涉及复杂的利益和信息流动,还因其快速变化和广泛影响,呈现出极大的紧迫性,难以通过单一渠道有效管理。为此,协同治理理论提供了新的治理视角,它强调政府、企业、媒体及公众等多元主体间的合作与互动,共同应对复杂的社会问题[1]。此外,“区块链+舆情”的

治理方式在直播电商舆情治理中具有显著优势,通过不可篡改的分布式账本,区块链能记录每笔交易和数据更新,即使信息被修改也可追溯审查[2],从而提升信息透明度和可信度。其全节点记录功能为舆情分析提供了全面的数据基础,增强了研判的科学性和准确性。同时,区块链的结构化数据记录减少了信息处理误差,使得舆情应对更加高效精准,对解决数据造假和信任缺失等问题具有重要帮助。然而,当前针对电商直播行业舆情治理的区块链技术研究与应用均尚为缺乏。

为此,本文旨在深入探讨电商直播舆情治理所面临的困境,并基于协同治理理论,联合多元治理主体的力量,依托区块链技术,提出针对性的解决措施,以期规范电商直播行业,减少舆情事件,使其为国家经济发展提供不竭动力。

## 2. 文献综述

电商直播的核心在于通过直播,使企业与商家能够实施精准营销,缩短用户与产品之间的距离[3],这一过程中展现出高度的互动性、社会参与性和趣味性,有效满足了消费者对休闲娱乐、身份认同、购物体验感的需要[4]。随着电商直播的发展,直播队伍越发庞大,除了职业主播,明星、企业家、公职人员也都纷纷参与到直播赛道中来,大大提升了直播的吸引力和影响力;在直播方式上,也由传统单一的“叫卖式”直播向内容直播转变[5],这一现象在MCN(Multi-Channel Network)机构的转型加入后更为明显。MCN机构通过整合资源、孵化主播、推广及管理账号内容,促进优质直播有效变现,生成一种系统性、可持续性的发展模式[6],效益显著。但各类带货直播迅猛增长的同时,也给政府部门、直播平台管理方以及行业协会等众多监管主体带来了前所未有的治理挑战与压力[7]。这些挑战在消费欺诈、引导非理性消费、售后缺乏、数据造假方面都有所表现[8],部分学者将其归结为技术与资本对个人消费行为的隐形控制以及消费主义文化下出现的非理性消费[9],也有学者认为是电商企业重销量轻长期品牌建设和服务的结果[10]。概言之,现有研究大多肯定了直播电商在促进消费增长、拓宽销售渠道、增加就业等方面的积极作用,却也注意到了其所存在问题,并进行了相应的原因分析和对策建议;但多为宏观的政策建议,可操作性不足,对于运用以区块链为代表的数字技术进行舆情治理的研究较少,且尚未对舆情治理进行专业性的探讨,尤其是缺乏对舆情治理过程中的多元治理转向的深入分析,凸显了当前策略在应对舆情复杂性和动态性方面的局限。

当前我国政府在对相关网络舆情治理方面已采取了多种举措:一方面注重数字技术的应用,如采取加强信息安全保障、提高舆情监测与预警能力等措施[11];另一方面,强调根据网络舆情的情感演化,构建有效的舆情引导模型[12],促进政府与社会各界的互动和沟通[13],在现实实践中,电商平台与电商企业作为关键主体,可与政府形成优势互补,相互学习借鉴,利用技术逻辑重塑舆论传播新格局[14]。因此,引入协同治理理论,利用政府、企业、媒体、公众等多元主体的力量共同进行治理至关重要。协同治理理论由协同论和治理理论交叉形成[15],具有治理主体多元化、子系统协同性、自组织化的特点,以信任和合作为基本规则。该理论自形成以来内涵不断丰富,但其本质始终在于实现公共利益的协同增效[16],同时,协同治理也被作为一种分析框架广泛应用于公共政策研究[17]、社会治理领域,强调各方之间的协作,形成更加全面有效的治理生态[18]。在此基础上,克里斯·安塞尔和艾莉森·加什[19]等人对协同治理框架进一步拓展,整合了公私伙伴关系、利益相关者、网络治理等内容,使得协同治理得到了理论和实践的双重验证。通过协同治理,多元化的参与主体处理舆情事件时能够从不同角度、不同层面进行全面分析和综合考量,利用数字技术及时进行信息传递、协调和决策,从而更加迅速地响应舆情事件,科学地制定决策和行动方案,提升电商直播行业舆情治理的效果和水平。

## 3. 电商直播行业舆情发展现状

电商直播行业频发的舆情事件可归总为主播、产品和运营三类。根据2023年直播带货消费维权舆情

分析报告显示,产品类舆情事件是电商直播的主要问题,尤以虚假宣传和产品质量问题为重,其次是主播类舆情事件。同时,受消费节和国际消费者权益日影响,每年三月、十月和十一月的舆情事件量显著高于其他月份,这些集中爆发的舆情事件所带来的具体影响,可归纳如下:

主播类舆情事件,如辱骂消费者、偷税漏税、诱导打赏及不文明带货等,不仅对主播个人的道德评价造成了严重影响,还对电商直播行业的整体形象和公信力带来深远的负面效应。尤其是头部主播,因其拥有巨大的流量基础[20],更易引发大规模的维权舆情,加剧消费者与主播、乃至与其背后品牌方的信任危机,迫使品牌方面对更为复杂的公关风险。同时,头部直播间在控价和价格垄断方面的行为也引发了行业对于定价权合作协议不足的反思,推动了行业规范与自律的进一步讨论与完善。

产品类舆情事件,如售卖不合格产品、货不对版、夸大及虚假宣传等,直接暴露了直播电商行业在产品质量控制上的缺陷,反映出供应链管理中存在的根本性问题。此类事件易对行业内部合作信任造成冲击,导致供应链各环节的稳定性受损。尽管《中华人民共和国电子商务法》及《网络直播营销管理办法(试行)》等法律法规已对虚假宣传、误导消费者等行为做出了严格规定,但直播带货中的违法违规行为依然屡见不鲜,如使用模糊性语言或暗示性表述进行虚假宣传,具有即时性和口头表达特性的直播仍为商家规避监管提供了空间,增加了平台识别与处理的难度。此外,女装、玉石等特定行业的退货率显著上升,进一步反映了消费者对商品质量要求的提升以及行业内部竞争的白热化,致使部分商家为降低成本而在产品质量上不断妥协。总体来看,产品类舆情事件所带来的影响已超出个别企业的层面,成为整个直播电商行业所面临的系统性挑战。

运营类舆情事件,如垄断行为、操作失误和合同违约等,凸显了电商直播行业在管理流程中的漏洞,不仅会给企业带来巨大的经济损失和公关危机,还会加剧公众对平台运营能力的质疑,尤其是当舆情涉及食品安全等敏感领域时,消费者的信任危机将进一步扩大。此外,平台日益复杂的活动规则也使得操作失误的风险增加,而平台对突发事件的快速响应机制尚不健全,导致舆情蔓延后难以迅速遏制损失的扩大,特别是运营中的漏洞还会被特定群体如“羊毛党”利用[21]。这些群体通过技术手段和信息分享,大量购买低价商品并转手牟利,进一步放大了平台管理中的风险,形成了错综复杂的舆情局面。

#### 4. 电商直播行业舆情协同治理困境

随着时代发展,电商直播行业陆续成立了中国演出行业协会网络表演分会、中国网络社会组织联合会等组织,并联合发布了《网络直播营销行为规范》《网络直播平台管理规范》等多个文件,政府也出台了诸如《直播电子商务平台管理与服务规范》等文件,初步形成了多方主体参与行业共治的局面。然而,在具体的治理规范落实成效上,目前电商直播舆情治理工作离市场治理体系和治理能力现代化的形成还有一段距离,造成这一距离的舆情协同治理困境主要如下:

##### 4.1. 电商直播舆情监管困难

直播平台的监管困境可从直播主体、直播行为、舆情传播特性三个角度切入分析。首先,直播主体的广泛性与异质性构成了监管的首要障碍。较低的门槛,使得直播主体数量庞大,背景复杂,既有全职主播,也有兼职与业余爱好者,甚至不乏机构化运作与个人独立运作的交织并存。这种高度分散与流动性极强的主体结构,使得监管者难以构建全面、精准的对象识别体系,监管资源难以有效聚焦。此外,网络空间的匿名性与虚拟性,为不法分子提供了逃避法律制裁的温床,进一步削弱了监管的有效性。

其次,主播行为的即时性与违法手段的隐蔽性加剧了监管的滞后程度。在直播场景下,夸大宣传、虚假承诺等违法行为时有发生,且往往伴随强烈的情绪煽动与视觉冲击,若未能在直播过程中即时捕捉并固定证据,则后续追溯将陷入证据匮乏的困境,法律的惩戒效应将大打折扣。再者,舆情传播的爆炸性增长与跨地域性扩散,使得直播中的不良内容能够迅速突破地域限制,实现大范围、高速度的传播,

而大量直播活动集中在非工作时段，如晚上和周末，此时执法力量相对薄弱，难以有效监测和干预。这种时间错位为不法行为提供了可乘之机，还增加了监管的成本和难度。

## 4.2. 治理制度与法律缺失

在电商直播行业蓬勃发展的同时，其舆情协同治理却面临着显著的制度与法律缺失问题。首先，权责分配制度的缺失使得电商直播舆情治理中政府、主播、电商平台和企业舆情事件中权责界定模糊，缺乏明确的制度框架来指导行动，从而削弱了治理合力，使得治理活动趋于碎片化。其次，互动机制的构建依赖于相互信任与信息共享[22]，然而主体间缺乏稳固的互信基础，导致在舆情应对中各自为政，无法形成统一的数据平台，执法部门难以及时掌握直播行业的核心数据和经营者状况，影响舆情事件的及时处置。

最后，法律效力不足也是舆情事件频发的关键因素之一。主播作为直播内容的核心，可分为“商家主播”与“独立主播”，前者责任相对明确，后者因为具有信息服务提供者和广告发布者的多重身份变化，增加了其法律责任的复杂性和多样性，难以明确界定其责任。而部分主播又因法律意识淡薄、责任认定不清，常利用舆情制造热度，甚至不惜损害消费者权益，导致在实际操作中法律难以有效执行。

## 4.3. 平台治理核心技术受限

技术研发制度的薄弱导致平台舆情难以管控。目前，我国依然高度依赖国外开源技术，在底层核心技术、跨链链接和智能合约等领域的自主研发能力尚处于初探阶段。这种现状使得我国在信息安全性方面存在多个问题，如在分布式私钥控制领域缺乏国内专利技术体系，从而使得私钥的信息保护面临不利局面。

另一方面，新技术研发产业也面临着规模小、互联网技术领军企业支持受限的挑战，在经济放缓的背景下，缺乏有效的制度支持使得这些技术和产业难以形成集群效应，限制了整体技术水平的提升和舆情治理能力的增强。此外，平台算法在舆情治理中的角色日益突出[23]，一些平台倾向于推送“点击率高、互动多”的内容至热搜，使得电商直播相关的舆情新闻泛滥，破坏舆论生态。

## 5. 基于区块链的电商直播舆情协同治理措施

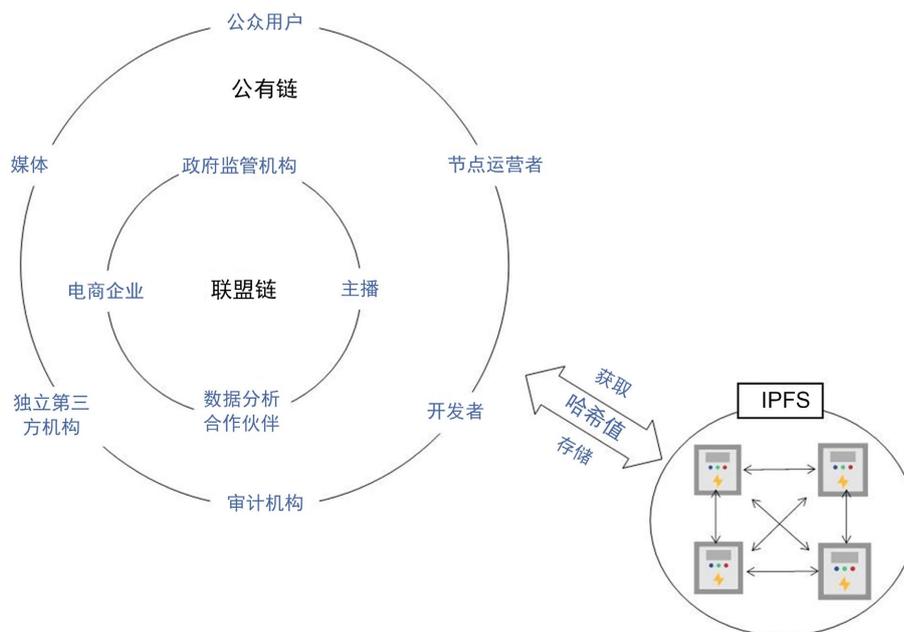


Figure 1. Dual-chain hybrid + interplanetary file system framework  
图 1. 双链混合 + 星际文件系统框架

在数字化浪潮的强劲推动以及公众对电商直播舆论生态的日益关注下，利用先进技术对复杂多变的电商直播舆论进行有效监管已成为全国范围内的重要需求和研究方向。2021年，随着一系列科技创新政策的密集出台，国家层面加快推进“区块链技术创新应用示范项目”，我国在运用区块链等尖端技术赋能传统行业转型升级以及增强网络空间治理能力方面展现了战略性考量。同时，电商直播正以前所未有的速度重塑消费生态和信息传播格局，使其舆情管理的复杂性和挑战性显著增加。因此，本文提出了一种基于区块链的双链混合架构方案，即联盟链负责连接电商平台、商家、主播、政府监管机构以及数据分析合作伙伴，确保数据在受控环境中的私密性和安全性；而公有链则用于公众用户、媒体、独立第三方机构以及区块链节点运营者之间的数据透明和去中心化处理，同时结合了星际文件系统(Inter Planetary File System, 缩写 IPFS)作为分布式存储，以提升数据存储的安全性及效率。该架构旨在通过利用公有链和联盟链的互补特性，以及 IPFS 的高效存储能力，增强电商直播舆情治理的有效性，具体如图 1 所示。

### 5.1. 建立区块链驱动的舆情监控系统

为构建安全可靠的区块链驱动舆情监控系统，首要任务在于强化身份验证与信息追溯机制。通过集成 CA (Certificate Authority) 认证系统，严格核验用户在平台注册时的身份信息[24]，确保无重复注册与信息不全现象，同时记录用户信誉积分与行为活动，为权限管理提供数据支撑。用户成为注册用户后通过智能合约接入公有链，进行链外和链内的交互[25]。公有链会记录所有直播活动的基本数据，包括用户身份、直播内容及互动记录，同时结合 KYC (Know Your Customer) 等链下认证机制，增强对所有用户行为的监管能力，即便是匿名用户，其行为轨迹亦可追溯，有效减少了监管盲点。此外，电商平台、认证机构及第三方监管机构共同构建的联盟链，进一步细化了对直播主体的管理与审核，全面提升了直播环境的规范性与透明度。

上述提及的智能合约，其自动执行特性能够及时响应并处理虚假宣传、夸大承诺等违规行为，通过预设规则自动发出警告或实施处罚，极大缩短了监管响应时间。同时，智能合约还负责在直播过程中捕捉并固定违法证据，并将其存储在 IPFS 系统中，以确保数据的持久性与不可篡改性，为法律惩戒提供坚实依据。用户成为链上节点后，信誉积分系统会进行数据读写与权限管理[26]，从而在保证数据访问的灵活性的同时维护数据的安全性。相配套的奖惩系统会针对危害国家安全、公共利益或侵犯个人权益的言论，结合举报与自动识别机制，迅速定位并采取禁言、扣分乃至报警等处罚措施，进行高效、精准的舆情监管。以上动态的监管规则与 IPFS 的分布式特性相结合，不仅加速了数据传输和处理速度，还实现了对高风险时段(如晚上和周末)及跨地域传播内容的精准监控与快速处理，可有效遏制不良信息的扩散。

### 5.2. 强化与区块链相容的舆情法律保障体系

区块链的不可篡改性和时间戳技术可以精准记录并锁定政府、主播、电商平台、企业及用户等各方在直播活动中的职责与权限。一旦发生舆情事件，通过查询区块链上的详细记录，能够迅速追溯责任主体，从而有效避免权责模糊导致的治理碎片化，但现阶段仍缺少相关法律保障。应以法律形式明确区块链技术在电商直播中的权责分配、数据保护标准及隐私保护要求，确保技术应用的合法性与合规性。此外，还需建立区块链技术应用的标准与规范，确定记录内容的法律效力，增强其在舆情事件中的证据有效性和权威性，通过制度设计确保其在责任追溯中的强制执行能力。

其次，为深化电商直播行业的规范治理，应构建基于区块链的互信信息共享平台，并配以完善的法律框架，确保数据传输与存储过程的真实性、安全性及合法性。应明确信息共享的范围、方式及责任主体，为政府、主播、电商平台、企业及用户之间的信息流通提供法律支持，使各方能实时上传和更新数据，形成全面、准确的数据池。此外，应建立信息共享的激励与约束机制，鼓励积极参与数据共享，并对

违反规则的行为进行法律制裁。同时，平台需强化公众教育与法律宣传，提升用户对区块链技术及其法律意义的理解，增强辨识虚假信息的能力，以创建基于区块链技术和法律保障的清朗电商直播环境。

针对电商直播行业中主播法律身份复杂、法律意识淡薄及责任认定不清带来的舆情治理难题，政府应采取综合的法律措施。首先，应加快完善相关法律法规，明确“商家主播”与“独立主播”的法律地位与责任范围，加强主播的法律教育与培训，确保主播能够清晰认知并履行法律义务。同时，需建立健全监管机制，加大对电商直播行业的监管力度，对违法违规行为实施严厉惩处，形成强大的法律震慑力[27]。此外，政府相关职能部门应支持行业协会等社会组织的发展，推动行业自律规范的制定与执行，划定法律底线。最高法院应及时出台相关典型案例及司法解释，为法律适用提供明确指导，填补法律空白，完善法规体系。

### 5.3. 提升电商直播舆情治理技术的研发与应用

为摆脱对国外开源技术的过度依赖，政府与企业应协同推进区块链核心技术和智能合约的自主研发投入。通过增强技术集群效应，构建国内自主的创新技术生态，尤其在底层核心技术、跨链互联、智能合约和分布式私钥控制等关键领域实现突破，从而大幅提升我国在电商直播舆情治理中的技术自主性与信息安全保障能力。针对新兴技术研发中面临的规模小、领军企业资源不足等问题，政府应出台更多支持政策，如税收减免、研发资金补贴等，激励互联网企业加大研发投入，推动技术创新与产业发展形成良性循环。

此外，需进一步优化平台算法，限制“点击率高但内容低劣”的信息过度推送，完善内容推荐机制，为优质内容提供更广阔的展示空间，促进良好的舆论生态。在数据隐私保护方面，必须重视区块链技术的加密与隐私保护协议，防止信息泄露给个人和企业带来的损失。同时赋予用户更多的数据控制权，如选择是否公开评论内容等，以增强用户对平台的信任感，确保舆情治理的合规性和有效性。

## 6. 总结与讨论

本研究通过引入区块链技术，为电商直播行业的舆情治理提供了创新的系统架构思路，其贡献在于：第一，提出了基于区块链技术的多主体协同治理新模式，强调通过区块链的不可篡改性和去中心化特性，增强各主体间的信任与合作，促进舆情信息的监管；第二，构建了长期有效的舆情治理机制，有助于提升舆情响应速度和治理效率；第三，拓宽了区块链技术在电商直播行业舆情监管领域的应用边界，为其他行业的舆情治理提供了可借鉴的经验与启示。

然而，尽管区块链技术在电商直播行业的舆情治理中展现出巨大潜力，但研究与实践仍面临多重挑战与不足。首先，多主体协同治理的标准化与统一性问题尤为突出。不同电商平台、监管部门、消费者组织等主体在利用区块链构建联盟链时，如何就智能合约的签订达成广泛共识，并确立共同的数据交互语言，以实现舆情信息的规范化处理与共享，尚需深入探索。其次，数据共享的深度与广度受到限制，数据孤岛现象依然存在，影响了舆情监测的全面性和时效性。再者，区块链技术的性能瓶颈也是不容忽视的问题，特别是对于处理电商直播行业海量数据时的算力需求与共识机制的效率[28]，仍需技术突破以支撑大规模数据的高效流动。未来，随着区块链技术与人工智能、大数据等前沿技术的进一步融合，电商直播行业的舆情治理模式将更加智能化和精准化。除了提升行业内部的治理水平，这一变革还将为跨行业的舆情管理和社会治理提供新的思路与可行性方案，助力构建更具韧性和包容性的数字化社会治理生态。

## 参考文献

- [1] 胡钊源. 我国社会协同治理理论研究现状与评价[J]. 领导科学, 2014(8): 18-21.

- [2] 郑佳悦, 王亮. 基于区块链的网络舆情监管机制研究[J]. 中国传媒科技, 2022(6): 10-13.
- [3] 秦泽家. “直播+电商”模式发展现状与对策[J]. 科技创业月刊, 2020, 33(3): 25-28.
- [4] 郑文生, 吴洁, 谢慧敏. 电商直播发展现状与对策分析[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2017, 33(8): 72-74.
- [5] 单嘉雯, 刘泽琦. 有关电商直播带货生态的舆情分析[J]. 南方传媒研究, 2023(6): 120-123.
- [6] 张娜娜. 基于直播电商产业链的东方甄选带货现象研究[J]. 电子商务评论, 2022, 11(4): 9.
- [7] 梅傲, 侯之帅. “直播+”时代电商直播的规范治理[J]. 电子政务, 2021(3): 28-37.
- [8] 徐振祥, 曹禹. 协同治理理论视域下直播电商乱象及对策研究[J]. 传媒论坛, 2023, 6(11): 15-18.
- [9] 黄楚新, 吴梦瑶. 我国直播带货的发展状况、存在问题及优化路径[J]. 传媒, 2020(17): 11-14.
- [10] 刘宁, 李连英. 消费者网络直播生鲜农产品购买意愿与行为——以偏差识别与影响因素为例[J]. 农业与技术, 2021, 41(24): 126-132.
- [11] 林杰, 朴明珠. 突发公共事件网络舆情数据空间模型构建及治理研究[J/OL]. 情报科学, 2024: 1-18.  
[https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=hFA5SNLyT3i6h4ss-zf5QBF5\\_h0WcWyp-u2EjP0iQC7Sx6IK5mStp4jevqg0oD-BdvUlj\\_WTVDozhy6O4Zsq6dofx43Ji3dEpaeEcnqWKSxhY0m76HWpyf2ysOfwC8FEZzjqWA8OsOtHI4gOwL7KxA-JyhdjZ8c1RfNB-5AvmWDCo=&uniplatform=NZKPT](https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=hFA5SNLyT3i6h4ss-zf5QBF5_h0WcWyp-u2EjP0iQC7Sx6IK5mStp4jevqg0oD-BdvUlj_WTVDozhy6O4Zsq6dofx43Ji3dEpaeEcnqWKSxhY0m76HWpyf2ysOfwC8FEZzjqWA8OsOtHI4gOwL7KxA-JyhdjZ8c1RfNB-5AvmWDCo=&uniplatform=NZKPT), 2024-06-04.
- [12] 韩小伟, 张传洋, 张起超, 等. 大数据背景下突发公共事件网络舆情情感演化及舆情引导策略研究[J]. 情报科学, 2024, 42(2): 56-63.
- [13] 赖胜强, 唐雪梅, 张旭辉. 政府部门网络舆情回应能力的构建[J]. 电子政务, 2017(7): 2-9.
- [14] 王倩. 数字化时代舆论引导参与基层数字治理的逻辑与范式[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2023, 54(6): 93-102.
- [15] 李汉卿. 协同治理理论探析[J]. 理论月刊, 2014(1): 138-142.
- [16] 刘伟忠. 我国协同治理理论研究的现状与趋向[J]. 城市问题, 2012(5): 81-85.
- [17] 庄贵阳, 周伟铎, 薄凡. 京津冀雾霾协同治理的理论基础与机制创新[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2017, 17(5): 10-17.
- [18] 孙宗锋, 秦瑞楠. 数字政府建设的理论基础、热点议题与发展趋势[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2024, 44(1): 42-51.
- [19] Ansell, C. and Gash, A. (2018) Collaborative Platforms as a Governance Strategy. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 28, 16-32. <https://doi.org/10.1093/jopart/mux030>
- [20] 洪赞森. 中国电商直播产业的问题及对策研究[J]. 华章, 2023(10): 84-86.
- [21] 陈晴. 风波频起东方甄选破圈是场持久战[N]. 中国商报, 2023-09-14(005).
- [22] 邵梓捷, 杨良伟. “钟摆式回应”: 回应性不足的一种解释——基于 S 市地方领导留言板的实证研究[J]. 经济社会体制比较, 2020(1): 114-122.
- [23] 邓倩, 路振华, 芮静. 主流媒体网络舆论引导力提升路径研究[J]. 中国传媒科技, 2024(2): 22-25.
- [24] 梅龙宝, 蔡立斌, 张浩. 基于区块链的网络舆情大数据溯源模型及关键技术应用研究[J]. 九江学院学报(自然科学版), 2019, 34(4): 60-62.
- [25] 宋俊典, 戴炳荣, 蒋丽雯, 赵尧, 李超, 王晓强. 基于区块链的数据治理协同方法[J]. 计算机应用, 2018, 38(9): 2500-2506.
- [26] 周婕, 张艺博, 张云雷, 等. 基于区块链的分布式访问控制模型关键技术研究[J]. 网络安全技术与应用, 2024(6): 6-8.
- [27] 韩磊. 直播带货的法律规制及完善[J]. 法制博览, 2024(20): 111-114.
- [28] 孙力. 元宇宙中区块链技术的应用、挑战和新策略[J]. 计算机科学, 2024, 51(7): 373-379.